

第5次結城市総合計画実施計画策定及び行政評価シート

担当部署	部局名	市長公室
	課名	企画政策課
	係名	政策推進係
	記入者	
	電話(内線)	244

1. 事業の概要

(1) 事業種別 [新規又は継続]	<b>継続</b>	(2) 事務事業 の名称	結城ブランド推進事業	(3) 事業の 優先度	<b>A</b>
(4) 総合計画での位置づけ	① 事業の区分		<b>主要事業</b>	(6) 事業主体	市
	② 施策コード	51201	(総合計画掲載 <sup>ハ</sup> -ジ <sup>ニ</sup> 119 <sup>ハ</sup> -ジ <sup>ニ</sup> )	(7) 予算・ 財源等 の種別	事業の性質 一般事業費(ソフト事業)
	基本目標(政策)	5 協働で進める持続可能なまちの実現(自治・行財政運営)			会計区分 一般会計
	基本施策	1 市民・企業・行政がともに支えあう体制づくり(市民参加・広聴広報・コミュニティ・ボランティア)			財源区分 市単独
	施策	広聴広報の推進			予算科目 款 2 項 1 目 7
	施策内容	対外広報活動の充実			予算書上の 事業名称 結城ブランド推進事業 (予算書 41 <sup>ハ</sup> -ジ <sup>ニ</sup> に掲載)
(5) 事業期間	開始	平成 24 年 6 月から		(8) 事務分類	自治事務
	終了	年 月まで ( 力年)		根拠法令	

2. 事業の目的及び内容

(1) 対象(だれに対して・何に対して行うのか)	市民, 市外住民, 観光客	(3) めざす姿(意図・どのような状態になるのか)	<ul style="list-style-type: none"> <li>市民に対しては, 郷土愛やシビックプライドの醸成による定住化促進および産業振興</li> <li>市外住民, 観光客に対しては, 結城市の魅力を理解していただくことで, イメージ向上を図り, 交流人口および定住人口の増加を目指す。</li> </ul>
(2) 手段(事業内容・どのようなことを行うのか)	結城市の様々な資源を磨きをかけブランド化し, 対外的に発信する。	(4) 事業開始のきっかけや他市の状況など (※ 1-(8)事務分類が法定受託の場合は記入の必要なし)	<p>人口減少社会の中, 地域間競争に勝ち抜き, 地域経済の活性化を図るため, 地域固有の歴史, 自然, 文化, 産業を活かした地域ブランドづくりは全国的に盛んになっている。当市においても, 様々な地域資源からなる総合的な地域ブランドとして, 市の価値や暮らしの質を高め, 市の魅力を市内外に発信すべく, 事業を開始した。</p>

(5) 事業をとりまく環境の変化(社会環境, 市民ニーズ等)や市民・議会の要望, 意見等とそれに対する対応

- 全国各地で地域性を活かしたブランドづくりは年々盛んになっている。市民が結城ブランドの価値観を共有し, 誇りをもって情報を発信することによって, 市のイメージと知名度向上, さらに地域競争力の強化につながる。
- 「結城ブランド」(結城メイド)の認定において, 認定品の情報発信やさらなるPRのために, 常設展示場や販売上の設置が求められて, 今後の検討課題となっている。また, 定住人口増加のためには, 「結城スタイル」におけるライフスタイルの紹介を行うにあたり, 生活に係る情報の集約も必要である。

3. 事業コスト

行政評価 実施計画	実績内容の評価	検討・改善	検討・改善内容を反映
● 予算内訳	実績額(千円)	当初予算額(千円)	計画額・見込額(千円)
	26 年度	27 年度	28 年度 29 年度 30 年度
事業費	事業内容		
(1) 事務事業費の コスト	報償費	325	572
	需用費	842	529
	役務費	0	14
	委託料	797	1,270
	合計	1,964	2,385
	国庫支出金(千円)		
	県支出金(千円)		
財源	地方債(千円)		
	その他特定財源(千円)		
	一般財源(千円)	1,964	2,385
	合計(千円)	1,964	2,385
	補助・起債制度名		

#### 4. 指標の検証（活動指標・成果指標）

指標の名称		単位	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度
<b>(1) 活動指標（実施した事業の内容）</b>							
指標名	結城ブランド推進協議会活動	目標値		7	7	7	7
		実績(見込)値	7	7			
	イベントでのPR活動	目標値		15	15	15	15
		実績(見込)値	5	15			
<b>(2) 成果指標（事業実施によるめざす姿の達成度）</b>							
指標名	結城ブランド認定数	目標値		10	10	10	10
		実績(見込)値	8	10	10	10	10
		達成率	80.0 %	100.0 %			
	市外からの転入者数	目標値		1,850	1,860	1,870	1,880
		実績(見込)値	1,833	1,850			
		達成率	97.5 %	98.4 %			

#### 5. 事業評価

(1) 平成26年度の行政評価結果をうけて、平成26年度に取り組んだ改革改善点があれば記載してください。

・結城メイドのPR促進のため、PR販売事業を(株)TMO結城に委託し実施した。5回のイベントで、総額52,370円を売り上げた。

#### (2) 項目別評価

評価項目・客観的評価				理由
必要性	事業の必要性	A	必要性は高い	結城市のイメージと知名度の向上、産業振興、賑わい創出など、多様な効果が期待できるもので、必要性は高い。
妥当性	実施主体の妥当性	B	どちらとも言えない	市が担うべき役割もあるが、民間事業者または団体等が実施できる活動もある。また市の体制としても、分野毎に適した所管で事業を推進することで、効果を高めることが期待できる。
	手段の妥当性	A	妥当である	推進協議会によって、市民の声を反映した活動が行われている。
効率性	コスト効率 人員効率	C	改善の余地がある	取り組む分野が幅広いため、調整業務が大きく、効率化は検討課題である。
公平性	受益者の偏り	A	偏りは見られない	受益者は結城市全体であり、偏りは無い。
有効性	成果の向上	B	どちらとも言えない	成果の向上には、継続的な活動と関係者の連携が重要であり、長期的な視点が必要である。
進捗度	事業の進捗	B	どちらとも言えない	結城ブランド推進計画が策定され、一定の進捗が図られているものの、検討分野が幅広いため、全体の進捗度は低い。

(3) 総合評価 上記評価を踏まえて事業全体について評価し、問題点・課題等を指摘してください。

・結城ブランドは、本市の幅広い分野の資源を魅力化し、PRに繋げていく取り組みであるが、幅広い分野を対象としているが故に、理解されにくい性質がある。またこのことは、庁内連携を図るうえでも懸念事項となっているため、制度の整理が必要である。

(4) 対応策・提言等 この事業を今後どのように改善・改革をしていきますか？

・結城トラッド、結城スタイルに取り組むにあたっては、モデル事業として一つテーマを選定し取り組むことで、庁内および推進委員、また市民の共通理解を図る。

#### 6. 事業の方向性判断

評価主体	27年度以降の事業の方向性	評価理由・根拠
(1) 記入者評価 記入者が評価を行う	拡充 (人・モノ・カネ等の拡充)	注) 記入者は「5. 事業評価」を記載するため、この欄は未記入で結構です。
(2) 一次評価 担当課長が評価を行う	拡充 (人・モノ・カネ等の拡充)	「結城ブランド推進計画」に基づき、市民の結城ブランドへの理解を深めるとともに、ブランド品の拡充を進め、市内外へのPRを強化する。
(3) 最終評価 企画調整会議において評価を行う		上記評価のとおり。